



X

Oppiaine	Markkinointi	Päivämäärä	31.10.2010
Tekijä(t)	Soile Puranen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	152 s.
Otsikko	Pienten verkkokauppioiden menestystä etsimässä		
Ohjaaja(t)	Heli Marjanen, Kaisa Saastamoinen		

Tiivistelmä

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää verkkokauppioiden menestykseen vaikuttavia tekijöitä. Aihetta lähestyttiin tutustumalla aiempaan tutkimukseen mikro- ja pienyritysten menestyksestä yleensä sekä erityisesti verkkokauppojen menestystekijöihin. Tekijöitä on useita, mutta oleellista on se, että menestyksen määrittely riippuu määrittelijästä. Menestys ei siis tarkoita kaikille samaa, vaan mikro- ja pienyrityksiä määrittelee itse menestyksensä omien tavoitteiden kautta. Tämän lisäksi tarkasteltiin myös verkkokauppaan liittyviä tekijöitä. Näitä ovat liiketoiminnan suunnittelu ja kehittäminen, verkkokauppaan sopivat tuotteet, asiakasuskollisuus, markkinointi, sivuston sisältö ja käytettävyys sekä maksaminen ja jakelu.

Tutkimus tehtiin toimieksiantona Vilkas Group Oy:lle, joka tarjoaa asiakkailleen verkkokauppal palveluja. Vilkas Groupin asiakkaat ovat pääasiassa mikro- ja pienyrityksiä, joilla on verkkokauppa. Näin ollen tämäkin tutkimus keskittyi juuri näihin verkkokauppiisiin. Tutkimusongelma kirjattiin kaksiosaiseksi. Toisaalta haluttiin selvittää, mitä menestys merkitsee verkkokauppiaille ja toisaalta, mitkä tekijät vaikuttavat verkkokauppioiden menestykseen.

Tutkimus suoritettiin kvalitatiivisena ja kvantitatiivisena tutkimuksena. Kvalitatiivisessa osuudessa tehtiin kysely Webropol-ohjelmiston avulla verkkokauppiaille. Tämän kyselyn tarkoituksena oli kuvailla verkkokauppioiden mielipiteitä menestyksestä. Toinen osuus suoritettiin kvantitatiivisena tutkimuksena, jossa koko Vilkas Groupin asiakaskunnalle lähetettiin sähköinen kysely. Vastausprosentti kyselyssä oli 10,9 %. Aineisto analysoitiin SPSS-ohjelmalla. Aineistosta tehtiin faktori- ja regressioanalyysi.

Laadullinen tutkimus vahvistaa aikaisempien tutkimusten tulokset menestyksen määrittelystä. Vastauksissa näkyi myös se, että verkkokauppiat kokivat tärkeiksi tekijöiksi menestyksen kannalta myytävät tuotteet ja markkinoinnin. Määrällisessä tutkimuksessa taas tuli esiin se, että pelkästään edulliset hinnat eivät takaa menestystä. Työn ja vapaa-ajan tapainnotaminen vaikuttaa menestyksen kokeemukseen, ja ne, jotka tässä parhaiten onnistuvat, menestyvät mielestään parhaiten.

Tutkimus onnistui hyvin, mutta tuloksia on tulkittava tietyin rajoituksin. Vastaaajajoukko oli suhteellisen pieni, joka heikentää yleistettävyyttä. Jatkokutkimusaiheita voisivat olla juuri markkinoinnin merkityksen ja erilaisen markkinointitoimenpiteiden tarkentaminen verkkokauppioiden menestyksen kannalta. Tämän lisäksi olisi mielenkiintoista tutkia pelkästään yksityisyrityksenä toimivia verkkokauppiaita.

Asiasanat	Verkkokauppa, verkkokauppias, menestys, mikroyritys, pienyritys
Muita tietoja	